



Développement et lancement d'une nouvelle marque :

guide des meilleures pratiques





Introduction

Qu'il s'agisse d'une nouveauté complète ou du remaniement d'un concept existant, le lancement d'une marque ou d'un produit est un processus enthousiasmant mais préoccupant. Des questions du type la poule ou l'œuf peuvent émerger, par exemple choisir s'il faut commencer par la stratégie de marque générale ou par des recherches pour définir le public cible. Dans tous les cas, il est primordial de prendre en compte la façon dont votre marque ou votre produit sera perçu dans le paysage numérique.

Vous allez certainement vous focaliser sur le nom de la marque et sur l'impact que vous espérez avoir lorsque vous serez sur le marché. Mais aujourd'hui, une marque n'est pas un simple nom sur une boîte ou un accessoire, ni même des mots et des images dans une publicité.

Sur le marché bondé du numérique, votre marque (ou produit) est une entité vivante qui doit être protégée, sécurisée et surveillée constamment.

Nous vous proposons ici un guide détaillé des meilleures pratiques qui permet de comprendre ce que signifie la possession d'une marque numérique, de savoir comment monétariser votre présence en ligne et de connaître les mesures pour assurer la sécurité de votre marque.

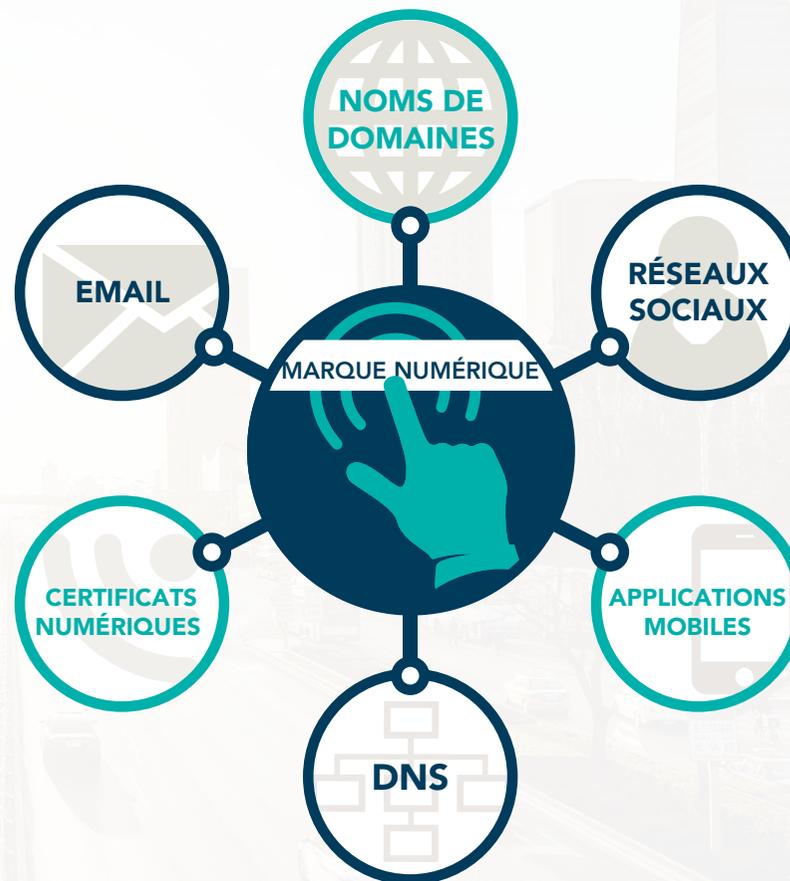
ÉTAPE 1 :

COMPRENDRE VOTRE MARQUE NUMÉRIQUE ET SES ACTIFS



Dans la stratégie de développement de votre nouvelle marque, la recherche et l'enregistrement de votre marque sont primordiaux. Cependant, vous devez rester vigilants envers les actifs numériques tels que les noms de domaine, les pseudonymes sur les réseaux sociaux, les applications mobiles, les e-mails, etc.

Il est important de comprendre que même si vous n'avez pas l'intention de lancer une application, d'autres peuvent vouloir tirer parti du lancement de votre nouvelle marque et l'annoncer malgré tout. La bonne compréhension des actifs numériques est donc essentielle.



ÉTAPE 2 :

DÉPOSER VOTRE NOM DE DOMAINE



Noms de domaines

Déterminez tout d'abord l'ampleur de ce lancement de marque pour votre entreprise. Est-ce un ajout indispensable ? Est-il modérément important, ou même d'un intérêt supérieur, ou associé à une campagne ? La réponse à ces questions vous aidera à évaluer le niveau de protection nécessaire. Les recommandations varient entre une couverture plus large sur les marchés principaux, une couverture globale pour une marque centrale ou même une stratégie de défense basique et des gTLD clés.

Ensuite, aussi tôt que possible dans le processus, pensez à une liste de marchés à privilégier. La marque commerciale a-t-elle déjà été utilisée, et où ? Cela permet de connaître l'urgence des enregistrements.

Remarques concernant les noms de domaine à correspondance exacte

- Pour une navigation plus aisée sur les mobiles, le nom de domaine ne doit pas dépasser 15 à 20 caractères.
- Évitez les tirets, qui risquent de ne plaire ni à l'utilisateur, ni aux moteurs de recherche.
- N'enregistrez pas un nom de domaine trop difficile à écrire.
- La structure de l'URL doit rester claire, courte, descriptive et facile à retenir.
- Pensez aux domaines de premier niveau nationaux (ccTLD) ; Google® les utilise pour cibler géographiquement les sites web, car leur visibilité et leur fréquentation est élevée sur les marchés concernés.
- Étant donné leur utilisation principale à l'international, il est également important de les envisager et de ne pas les ignorer.

Autres variantes

Quels éléments clés relatifs aux domaines et aux réseaux sociaux feront partie de ce lancement de marque ? Ceci permet de déterminer ce qui suit :

- Termes pertinents : identifiez les mots clés couramment associés à la marque.
 - MarqueAGlobal.com

- Typosquattage : l'enregistrement de fautes de frappe courantes limite le détournement de trafic et constitue une protection contre les attaques d'hameçonnage et l'espionnage d'entreprise ciblant le domaine de messagerie.
 - MarqueAa.com
- Nouveaux gTLD : lors du lancement d'une nouvelle marque, il est très important d'identifier les TLD clés du secteur, leur pertinence en fonction du comportement de recherche des consommateurs, ainsi que les schémas actuels des portefeuilles de domaines.
 - MarqueA.app
- .MARQUE (facultatif) : l'extension .marque est intéressante pour les propriétaires de marques qui possèdent un TLD, avec des éléments de couverture incluant mais non limités aux noms de produits, mots clés, géolocalisations, associations actuelles avec des sous-domaines ou répertoires existants, et couverture défensive des domaines principaux en TLD traditionnels (ex. : .com).

Veillez noter que les noms de domaine récemment enregistrés peuvent être masqués afin que le titulaire du nom de la nouvelle marque ou du nouveau produit ne soit visible qu'à la date de lancement.

Noms d'utilisateur de réseaux sociaux/URL personnalisés

Les noms d'utilisateurs ou pseudonymes sur les réseaux sociaux jouent un rôle important pour une stratégie de marque unifiée. De plus, leur utilisation par des cybercriminels peut générer des risques de sécurité, notamment d'hameçonnage, pour les propriétaires de marque.

Même si vous n'utilisez que trois ou quatre plateformes de réseaux sociaux, envisagez de sécuriser votre nom de marque sur un nombre beaucoup plus important de ces plateformes. Ceci vous permettra de le protéger et de sécuriser également votre chemin lorsque vous passerez à d'autres marchés.

ÉTAPE 3 :

LA SÉCURITÉ EST PRIMORDIALE



Système de noms de domaine

La présence en ligne de votre entreprise est à la hauteur de l'infrastructure qui la soutient. Si vous prévoyez beaucoup de trafic sur votre domaine clé, il est préférable d'envisager la solution DNS premium avec garantie « zéro panne », qui permet à vos clients de mener des opérations commerciales en ligne dans le monde entier.

Nous recommandons aussi une solution robuste de protection contre les attaques par déni de service (DDoS) qui privent intentionnellement les utilisateurs légitimes de ressources Internet, en général en surchargeant le réseau avec un flux de paquets de données en provenance de plusieurs sources. Les attaquants créent généralement la condition de déni de service soit en consommant de la bande passante de serveur, soit en altérant le serveur lui-même. Les services de protection contre les attaques par déni de service aident les entreprises à réduire le risque de catastrophe en filtrant le trafic malveillant visant à perturber ou à interrompre les services en ligne.

Certificats SSL

Vos clients veulent se sentir en sécurité lorsqu'ils consultent votre site web, en particulier au moment de commander votre nouveau produit. Le protocole SSL « Always On », connu pour le chiffrement des données, protège votre site web mais a également une incidence sur l'optimisation pour moteur de recherche. En général, les certificats SSL à validation de l'organisation (OV) et à validation étendue (EV) sont les plus prisés.

Authentification MultiLock et bifactorielle

Pour lutter contre le piratage des domaines et les protéger des changements et suppressions non autorisés de vos noms de domaine stratégiques, nous conseillons à tous nos clients d'appliquer des verrouillages au niveau du registre et du registrar ainsi qu'une authentification bifactorielle. Cela offre de solides couches de sécurité supplémentaires pour lutter contre le vol de données et éviter de compromettre vos actifs numériques.

E-mail

Alors que les attaques par hameçonnage deviennent plus sophistiquées, vos clients sont davantage susceptibles de recevoir de faux e-mails semblant avoir été expédiés par vous. La protection contre la fraude par e-mail est complexe pour les équipes de sécurité.

“Email Fraud Protection” offre à vos équipes les outils nécessaires pour lutter contre la fraude par e-mail bien en avance, en identifiant les attaques plus en amont, parfois avant même qu'elles n'atteignent les boîtes de réception de vos clients, en éliminant les sites d'hameçonnage et en poursuivant les fraudeurs.

Les technologies d'authentification permettent de valider l'identité de l'expéditeur, ce qui augmente les chances de passage des e-mails légitimes et le filtrage des faux messages.





ÉTAPE 4 :

SURVEILLER L'ESPACE ET APPLIQUER DES MESURES SI BESOIN



Une fois votre marque lancée, assurez-vous de disposer des solutions de surveillance adéquates. Celles-ci doivent pouvoir détecter une utilisation sans licence de votre propriété intellectuelle sur plusieurs canaux - applications mobiles, réseaux sociaux, marchés, etc.

Votre fournisseur peut vous aider à développer ou à mettre à jour votre stratégie en évaluant la gravité du problème et en identifiant les canaux à surveiller grâce à l'option adéquate et à une documentation complémentaire.

En développant une stratégie de surveillance et d'intervention préventive et efficace, vous pouvez sauvegarder la confiance du client, la valeur de la marque, les ventes et le chiffre d'affaires.



Des conseils stratégiques, un service client exemplaire, une technologie de pointe et une sensibilisation à la sécurité sont les facteurs qui différencient CSC® des autres fournisseurs.

Beaucoup de choses sont à prendre en considération lors du développement et du lancement d'une nouvelle marque ou d'un nouveau produit, et il est important de toujours demander de l'aide ou des conseils au moment de sécuriser votre marque en ligne. Cela allégera les tâches qui vous incombent, mais assurera aussi que le lancement de votre marque ou produit connaîtra le succès et la reconnaissance mérités.

CSC emploie des coordinateurs de lancement de marque/produit qui garantissent que les commandes sont envoyées dans le bon ordre, que le personnel ne manque pas pour le traitement de celles-ci, et que les enregistrements sont effectués de façon à assurer de meilleurs taux de réussite.





LISTE DE MEILLEURES PRATIQUES DE SERVICES DE MARQUE NUMÉRIQUE

Collaborez avec un partenaire stratégique au moment du développement de votre marque/produit et informez-le de l'importance de ce lancement pour votre entreprise.

- Est-il indispensable, défensif, associé à une campagne, etc. ?
- Est-ce que des marques commerciales ont été enregistrées en lien avec ce lancement de marque/service ?

Ces considérations nous permettent d'évaluer le niveau de protection nécessaire dans le cadre d'un enregistrement de nom de domaine. Contactez votre gestionnaire de stratégie de compte pour obtenir de l'aide concernant les conventions de dénomination viables disponibles pour votre marque.

CSC propose plusieurs rapports de disponibilité sur les domaines, les pseudonymes sur les réseaux sociaux et les marques commerciales. Les rapports indiquent où un nom de marque est disponible ou non. Le client peut ainsi savoir très tôt s'il est intéressant de conserver une marque spécifique ou s'il est préférable de changer de nom de marque.

cscdigitalbrand.services/fr



Une fois que vous avez identifié votre nouveau nom de marque/produit, CSC peut vous aider dans les tâches suivantes :

- Vérifier si des domaines et des noms d'utilisateur de réseaux sociaux sont disponibles. Si des domaines ne le sont pas, CSC peut vous aider pour les services d'acquisition et de récupération.
- Fournir des rapports de disponibilité générale indiquant où votre marque peut être enregistrée
- Proposer des rapports de marques commerciales indiquant où celles-ci sont enregistrées
- La sécurisation de noms de domaine et de noms d'utilisateur sur les réseaux sociaux avant les annonces importantes réduit le risque de récupération de domaines par un tiers.

Remarque : CSC propose une assistance 24 h/24, 7 j/7. Cependant, étant donné que les opérateurs de registre et les prestataires internationaux travaillent sur plusieurs fuseaux horaires, nous recommandons d'effectuer les lancements pendant la semaine.



Pour optimiser l'efficacité de votre lancement :

- Veuillez dès que possible fournir à CSC la liste des extensions sur lesquelles vous prévoyez d'effectuer l'enregistrement. Même si vous ne pouvez pas fournir à l'avance la chaîne de marque, une liste d'extensions nous permet de préparer l'ensemble des conditions, de travailler en collaboration avec nos fournisseurs internationaux et de donner des estimations d'échéance.
- Veuillez fournir le certificat d'inscription au registre du commerce de votre entité principale.
- Nous vous recommandons d'utiliser le DNS de CSC : CSC aura le DNS préconfiguré pour tous les domaines avant l'envoi.
- Nous vous recommandons d'utiliser les services "CSC Privacy Protection" (le cas échéant) ou "Local Agent" : Nous disposons de contacts et d'informations validés dans les pays soumis à des restrictions, qui nous permettent de sécuriser rapidement les domaines.



Lorsque vos noms sont sécurisés et que vous êtes prêts à lancer votre nouvelle marque, vous pouvez prendre en compte ce qui suit :

- Supprimez les masquages des domaines qui ne nécessitent plus de protection de la confidentialité.
- Planifiez : De grands changements dans les zones et Whois vont nécessiter de la coordination et de la planification. Nous vous recommandons d'effectuer le lancement pendant les heures de bureau aux États-Unis ou en Europe.
- Redirigez les domaines associés vers les destinations pertinentes à l'aide d'une redirection 301.
- Sécurisez les correspondances exactes, fautes de frappe, mots clés, noms d'utilisateur sur les réseaux sociaux et nouveaux gTLD au sein de vos directives stratégiques.

FÉLICITATIONS POUR VOTRE LANCEMENT DE MARQUE !



CSC[®] accompagne les entreprises dans leur réussite en ligne. Nous aidons nos clients à gérer, promouvoir et sécuriser efficacement leurs actifs numériques face aux dangers de l'univers numérique. Des entreprises de renom du monde entier nous choisissent comme partenaire, notamment plus de 65 % des marques figurant au classement Interbrand[®] des 100 meilleures marques du monde. S'appuyant sur une technologie de pointe, Digital Brand Services permet d'obtenir des résultats exceptionnels à travers une structure de gestion de compte unifiée. Grâce à notre équipe d'experts dédiés, vous disposerez d'un point de contact quotidien qui vous assurera que votre marque possède les atouts nécessaires pour réussir en ce 21^e siècle. Nous vous aidons à consolider, sécuriser et surveiller vos marques, à prendre les mesures qui s'imposent, puis à optimiser et promouvoir ces mêmes marques afin d'obtenir le maximum de votre présence en ligne, de sécuriser votre propriété intellectuelle numérique et de réduire vos coûts.

csddigitalbrand.services/fr

Copyright ©2018 Corporation Service Company. Tous droits réservés.

CSC est une société de services qui ne fournit aucun conseil juridique ou financier. Les documents présentés ici ne sont qu'à titre informatif. Veuillez consulter votre conseiller juridique ou financier afin de déterminer dans quelle mesure ces informations sont pertinentes pour vous.